

Os brinquedos portugueses que dão a volta ao mundo

Os brinquedos da Science4you estão à venda em várias dezenas de países. Conheça a história e o percurso desta empresa lusa.

Quando Miguel Pina Martins iniciou o seu trabalho final de mestrado em Finanças nunca imaginou que estivesse a dar os primeiros passos necessários para o começo de uma empresa de sucesso. Com o nascimento da Science4you, em 2008, Miguel Pina Martins sentiu desde logo a adversidade dos portugueses em comprar um produto novo que tinha acabado de chegar ao mercado. No entanto, passados oito anos, a Science4you é uma empresa de referência no mercado português tendo recentemente começado a exportar para a China. Ao Saldo Positivo, o empreendedor explicou como é possível ser-se bem-sucedido num nicho de mercado.

formato “quiosque” em lojas.

Foi também neste ano que John Harper, um dos principais empresários do mundo dos brinquedos, ligado a empresas internacionais como a Mattel e a Fisher Price se juntou à equipa da empresa. Apesar de ter uma função de mentor, Miguel Pina Martins admite o valor acrescentado que esta nova “aquisição” trouxe à Science4you. “Com mais de 30 anos de experiência na indústria dos brinquedos, o John trabalha com a equipa sobretudo a nível de ‘mentoring’, ajudando-nos a traçar o nosso caminho estratégico a médio prazo” contou o empresário ao Saldo Positivo. Confirma ainda que ter um nome de peso da indústria ligado à empresa ajuda bastante em reuniões de negócios em mercados estratégicos, como é o caso do Reino Unido.

Combater a sazonalidade do negócio com a aposta na exportação

Identificado como um mercado muito sazonal, não é de estranhar que seja no último trimestre do ano que a Science4you alcance os melhores resultados em termos de faturação. Em 2015, no total de vendas realizadas (cerca de 11,3 milhões de euros), sete milhões de euros foram faturados nos últimos três meses, segundo os dados fornecidos pelo empreendedor ao Saldo Positivo. Para combater esta sazonalidade, a Science4you lança brinquedos durante algumas épocas importantes, como é o caso da Páscoa, do Dia da Criança e do

Regresso às Aulas.

crescimento enquanto empresa”. E adianta: “Permite-nos chegar a novos consumidores, a novos retalhistas e a competir com os grandes ‘players’ do mercado dos brinquedos”.

O objetivo para o futuro está traçado. O empreendedor quer que a Science4you seja uma das principais marcas de brinquedos a nível Ibérico. E remata: “A médio prazo pretendemos que 60% da nossa faturação já seja realizada a partir dos mercados internacionais”. ■

Os números da Science4you

- Tem cerca de 350 brinquedos diferentes à venda;
- Os principais mercados são Portugal, Espanha, Reino Unido, Itália, França, Polónia e Grécia;
- Atualmente tem 300 trabalhadores;
- Em 2015 faturou cerca de 11,3 milhões;
- Tem 33 espaços em Portugal (20 quiosques e 13 lojas) e 10 em Espanha (1 loja e 9 quiosques).



A aposta numa estratégia vencedora

A aposta em pontos de vendas com o formato “quiosque” nos centros comerciais ainda hoje está associada à Science4you. Uma decisão que foi motivada por diversas razões. “Uma deles está relacionada com o facto de as primeiras aberturas terem servido como “teste” para percebermos qual a receptividade do consumidor ao nosso produto. E também porque os custos eram mais reduzidos nesse formato”, confessa. Todavia, conta que foi a boa receção dos portugueses ao formato que levou à transição para lojas em 2014. A primeira abriu nesse ano, em agosto, no Fórum Montijo e o objetivo da Science4you passa agora por transformar os pontos de venda de

Ainda assim, é na exportação que a empresa aposta desde o início, tendo começado a venda dos seus produtos em Espanha em 2009. Em 2016, a empresa consegue manter presença e comercializar os seus brinquedos em 34 países. Apesar de reconhecer Portugal como o mercado mais importante e o que representa a maior faturação para a Science4you, Miguel Pina Martins diz que esta situação “só impulsiona a necessidade de sermos bem-sucedidos também fora das nossas fronteiras”. Por isso mesmo, conta que “a presença em outros países, como Espanha, Reino Unido, Alemanha, Polónia, entre outros, é fundamental para o sucesso e continuidade do